

Nomor Daftar FPIPS : 3409/UN40.F2.13/PT/2022

**Hubungan Antara Komunikasi Interpersonal *Influencer* dengan Pengetahuan
Seksual
(Studi Korelasi pada pengikut akun Instagram @catwomanizer)**

Skripsi diajukan



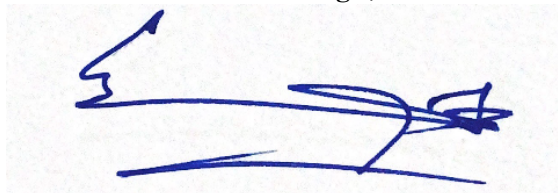
oleh
Salsabila Pertama Putri
1801051

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2022**

SALSABILA PERTAMA PUTRI
HUBUNGAN ANTARA KOMUNIKASI INTERPERSONAL *INFLUENCER*
DENGAN PENGETAHUAN SEKS
(Studi korelasi pada pengikut akun Instagram @catwomanizer)

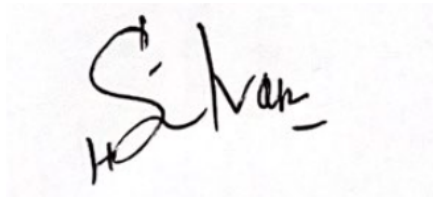
Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I,



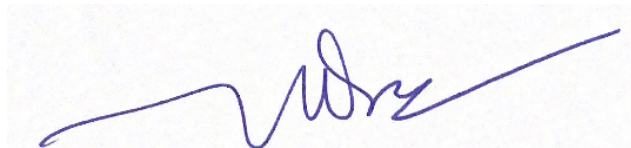
Prof. Dr. Elly Malihah, M.Si.
NIP. 19660425 199203 2 002

Pembimbing II,



Hana Silvana, S.Pd., M.Si.
NIP 19730324 201012 2 001

Mengetahui
Ketua Departemen Ilmu Komunikasi UPI,



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si.
NIP. 19850717 201404 1 001

**HUBUNGAN ANTARA KOMUNIKASI INTERPERSONAL *INFLUENCER*
DENGAN PENGETAHUAN SEKS
(Studi korelasi pada pengikut akun Instagram @catwomanizer)**

Oleh
Salsabila Pertama Putri
NIM 1801051

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Salsabila Pertama Putri 2022
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2022

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang,
difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis

Salsabila Pertama Putri, 2022
HUBUNGAN ANTARA KOMUNIKASI INTERPERSONAL INFLUENCER DENGAN PENGETAHUAN SEKSUAL
(Studi Korelasi pada pengikut akun Instagram @catwomanizer)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Hubungan Antara Komunikasi Interpersonal *Influencer* dengan Pengetahuan Seksual (Studi Korelasi pada pengikut akun Instagram @catwomanizer) “ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2022
Yang membuat pernyataan,



Salsabila Pertama Putri
NIM. 1801051

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas nikmat berkat serta ridha-Nya yang berlimpah kepada penulis. Penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Hubungan Antara Komunikasi Interpersonal *Influencer* dengan Pengetahuan Seksual (Studi Korelasi pada pengikut akun Instagram @catwomanizer)” dengan keadaan sehat dan dapat dengan baik diselesaikan.

Skripsi ini merupakan salah satu kewajiban terakhir bagi penulis setelah 8 semester menuntut ilmu untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, jika menyelesaikan jenjang pendidikan strata – 1 non – kependidikan di Universitas Pendidikan Indonesia.

Besar harapan penulis supaya skripsi ini di masa yang akan datang dapat berkontribusi nyata bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya pada Ilmu Komunikasi dan dapat bermanfaat juga menambah pengetahuan pihak – pihak yang terkait.

Bandung, Agustus 2022



Salsabila Pertama Putri

NIM. 1801051

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan skripsi ini, penulis sadar bahwa dalam skripsi berjudul “Hubungan Antara Komunikasi Interpersonal *Influencer* dengan Pengetahuan Seksual (Studi Korelasi pada pengikut akun Instagram @catwomanizer)” masih banyak keterbatasan pengetahuan dan juga keterbatasan pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Untuk itu, kritik dan saran akan sangat berguna bagi penulis kedepannya. Diharapkan skripsi ini dapat menambah pengetahuan dan juga bermanfaat bagi para pembaca.

Terselesainya penyusunan skripsi ini, tidak terlepas dari semangat, bantuan, dan bimbingan dari semua pihak. Untuk itu, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan nikmat dan berkah nya kepada saya selaku penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Ahmad Fahrul Muchtar, M.Si. selaku Ketua Departemen Ilmu Komunikasi yang senantiasa memberi arahan, dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama 4 tahun menuntut ilmu di jenjang perkuliahan.
3. Prof. Dr. Elly Malihah, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa memberikan arahan, motivasi dan masukan yang sangat berarti kepada penulis selama penyusunan skripsi.
4. Hana Silvana, S.Pd., M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan memberika motivasi kepada saya selaku penulis dalam membuat hingga skripsi ini terselesaikan
5. Prof. Dr. H. Suwatno, M.Si. selaku Dosen Wali penulis yang senantiasa memberikan arahan serta motivasi dan dukungan selama 4 tahun menuntut ilmu di jenjang perkuliahan.
6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi UPI beserta jajaran staf yang telah sabar membimbing, memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis hingga penulis telah menyelesaikan tugas akhir ini.

7. Mama Liestin Sumartini, Papa Heri Siswono yang selalu memberikan doa, motivasi kepada penulis dan materi hingga penulis bisa menuntut ilmu sampai ke jenjang perguruan tinggi. Adik Arthur Putra Pamungkas yang selalu mendukung saya.
8. Alfira Dea, Ahmad Dwinardi, Aldiansyah Wibisono, Hafshara Hazika dan Ghaly Abiyyu selaku teman SMA penulis, yang senantiasa mendukung hingga saat ini.
9. Eunike Christella, Afnan Faris, Davina Valiandra, Stevanny Tjahyadi, Fachira Anjani, Daniela Krisanta, Febbi Anggraeni dan Melinda Dwi yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh mahasiswa Ilmu Komunikasi UPI Angkatan 2018 yang setia menjadi teman baik penulis saat 4 tahun menuntut ilmu di jenjang perkuliahan.
11. Semua orang baik yang ikut berpartisipasi penulisan skripsi ini.

ABSTRAK

Banyaknya permasalahan di Indonesia yang berhubungan dengan kesehatan reproduksi, ditimbulkan karena kurangnya informasi, pemahaman, dan bahkan kesadaran untuk memelihara kesehatan reproduksi. Hal ini dikarenakan isu seputar seks merupakan isu yang cukup tabu di bahas di ruang publik. Padahal, sangat diperlukan pengetahuan akan seks, guna mengetahui dampak apa yang didapatkan jika berperilaku seks yang tidak bertanggung jawab dan tidak sehat. Sebagai makhluk sosial, manusia tidak bisa apabila tidak berhubungan satu sama lain. Komunikasi interpersonal disini berperan proses dimana dikirim dan diterimanya informasi, bisa terjadi antara dua orang ataupun kelompok kecil yang memungkinkan terjadinya hubungan timbal balik. Saat ini, kita hidup berdampingan dengan media, terutama media sosial. Instagram yang kita gunakan saat ini berperan sebagai wadah untuk para penggunanya berinteraksi secara daring, tanpa dibatasi ruang dan waktu. Instagram tidak akan berkembang seperti sekarang jika tidak memiliki pengguna aktif seperti para *influencer* dan pengikutnya begitu pun sebaliknya. Pemilik akun Instagram @catwomanizer dikenal di media sosial karena ia seorang *influencer* yang merangkap sebagai *sexual health activist* dan *healthy relationship speakers*. Melalui konten yang diunggahnya, Andrea seringkali membahas topik seputar kesehatan seksual bersama para pengikutnya. Disinilah komunikasi antara *influencer* dan pengikutnya terjalin. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa signifikan hubungan antara komunikasi interpersonal *influencer* (X) dengan pengetahuan seks (Y). Metode yang digunakan adalah kuantitatif korelasional dengan teknik penyebaran kuesioner *simple random sampling* kepada 100 responden pengikut akun Instagram @catwomanizer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki derajat hubungan sebesar 0,699 dengan tingkat korelasi kuat.

Kata Kunci: Pengetahuan Seks, Komunikasi Interpersonal, Media Sosial Instagram, Konten Influencer, Pengikut Influencer

ABSTRACT

Many problems in Indonesia related to reproductive health are caused by a lack of information, understanding, and even awareness to maintain reproductive health. This is because the issue of sex is a fairly taboo issue to be discussed in the public sphere. In fact, it is very necessary to know about sex, in order to know what impact you get if you behave in irresponsible and unhealthy sex. As social beings, humans cannot live if they do not relate to each other. Interpersonal communication here plays a role in the process by which information is sent and received, it can occur between two people or small groups that allow for reciprocal relationships. Now, we live side by side with media, especially social media. Instagram that we use today acts as a place for people to interact online, without being limited by space and time. Instagram would not have developed as it is today if it didn't have active users like influencers. The owner of the Instagram account @catwomanizer is known on social media for being an influencer who doubles as a sexual health activist and a healthy relationship speaker. Through the content she uploads, Andrea often discusses topics related to sexual health with her followers. This is where communication between influencers and followers is established. The purpose of this study was to determine how significant the relationship between influencer interpersonal communication (X) and knowledge of sex (Y) was. The method used is quantitative correlation with the technique of distributing simple random sampling questionnaires to 100 respondents who follow the Instagram account @catwomanizer. The results showed that the two variables had a degree of relationship of 0.699 with a strong correlation level.

Keywords: Sex Knowledge, Interpersonal Communication, Instagram Social Media, Influencer Content, Influencer Followers

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
UCAPAN TERIMA KASIH	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Hakikat Komunikasi Interpersonal	9
2.2 Karakteristik Komunikasi Interpersonal	11
2.3 Fungsi dan Tujuan Komunikasi Interpersonal.....	14
2.4 Komunikasi Interpersonal yang Efektif	15
2.5 Peranan Influencer	17
2.6 Pengetahuan Seks.....	18
2.7 Teori	19

2.7.1	Theory of Planned Behaviour (TPB)	19
2.7.2	Model Berlo	22
2.7.3	Model Schramm.....	23
2.8	Penelitian Terdahulu	25
2.9	Kerangka Berpikir	36
2.10	Paradigma Penelitian	38
2.11	Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN		41
3.1	Desain Penelitian	41
3.2	Partisipan Penelitian.....	41
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	42
3.3.1	Populasi Penelitian.....	42
3.3.2	Sampel Penelitian.....	42
3.4	Instrumen Penelitian.....	44
3.4.1	Kuesioner (Angket).....	44
3.4.2	Studi Kepustakaan.....	44
3.4.3	Skala Pengukuran.....	44
3.5	Operasionalisasi Variabel.....	45
3.6	Prosedur Penelitian.....	58
3.7	Pengujian Instrumen Penelitian	59
3.7.1	Uji Validitas.....	59
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	62
3.8	Teknik Analisis Data.....	64

3.9	Pengujian Analisis Data.....	66
3.9.1	Uji Normalitas.....	66
3.9.2	Uji Multikolinieritas.....	67
3.9.3	Uji Heteroskedastisitas.....	68
3.9.4	Uji Autokorelasi.....	68
3.10	Uji Hipotesis.....	69
3.10.1	Uji Korelasi.....	69
3.10.2	Pengujian Secara Parsial (Uji-t).....	70
3.10.3	Uji Simultan (Uji F).....	71
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN		73
4.1	Profil Responden	73
4.2	Karakteristik Responden	75
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	75
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	76
4.3	Analisa Deskriptif Tanggapan Responden	78
4.3.1	Kriteria Kategorisasi	78
4.3.2	Distribusi Frekuensi.	79
4.3.3	Deskripsi Kriteria.Kategorisasi.....	79
4.3.4	Tanggapan Responden Terhadap Hubungan Komunikasi Interpersonal Influencer	80
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	95
4.5	Uji Koefisien Korelasi.....	100
4.6	Uji Hipotesis.....	102

4.7	Pembahasan	107
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI		123
5.1	Simpulan	123
5.2	Implikasi	126
5.2.1	Implikasi Teoretis	126
5.2.2	Implikasi Praktis.....	127
5.3	Rekomendasi	128
DAFTAR PUSTAKA		130
LAMPIRAN.....		133
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian		133
Lampiran 2 Data Responden		140
Lampiran 3 Tanggapan Responden		143
Lampiran 4 Data Validitas dan Reliabilitas.....		150
Lampiran 5 Rekapitulasi Tanggapan Responden		154
Lampiran 6 Analisa Deskriptif Tanggapan Responden.....		165
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik		171
Lampiran 8 Uji Korelasi		173
Lampiran 9 Uji Hipotesis		174

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Peneliti.....	25
Tabel 3.1 Kriteria Bobot Nilai Pernyataan	45
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel.....	46
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 3.5 Kategori Variabel Distribusi Frekuensi.....	64
Tabel 3.6 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	69
Tabel 4.1 Jumlah Sampel dan Tingkat Pengambilan.....	72
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	75
Tabel 4.4 Kategori Variabel Distribusi Frekuensi	77
Tabel 4.5 Skor Rata-rata, Simpangan Baku, dan Interval Estimasi Skor Rata-rata Keterbukaan.....	79
Tabel 4.6 Skor Rata-rata, Simpangan Baku, dan Interval Estimasi Skor Rata-rata Empati.....	80
Tabel 4.7 Skor Rata-rata, Simpangan Baku, dan Interval Estimasi Skor Rata-rata Dukungan.....	81
Tabel 4.8 Skor Rata-rata, Simpangan Baku, dan Interval Estimasi Skor Rata-rata Sikap Positif.....	82
Tabel 4.9 Skor Rata-rata, Simpangan Baku, dan Interval Estimasi Skor Rata-rata Kesetaraan.....	83
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Keterbukaan	84
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Empati.....	85
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Dukungan.....	86
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Sikap Positif.....	87
Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Kesetaraan.....	88

Tabel 4.15 Skor Rata-rata, Simpangan Baku, dan Interval Estimasi Skor Rata-Rata Pengetahuan Seks.....	91
Tabel 4.16 Distribusi Frekuensi Pengetahuan Seks.....	92
Tabel 4.17 Hasil Uji Asumsi Klasik	96
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Korelasi	98
Tabel 4.19 Interpretasi Koefisien Korelasi	100
Tabel 4.20 Uji Hipotesis	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	37
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian	38
Gambar 4.1 Diagram Jalur Regresi Berganda.....	116

DAFTAR PUSTAKA

- Afdalia, N., Pondoh, G. T., & Kartini. (2014). Theory of Planned Behavior dan Readiness For Change Dalam Memprediksi Niat Implementasi Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010. *JAAI*, 18. No.2, 3.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self - Efficacy, Locus of Control and Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665–683.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior* (2nd Edition). Open University Press/McGraw- Hill.
- Amrillah, A. A., Prasetyaningrum, J., & Hertinjung, W. S. (2006). Hubungan Antara Pengetahuan Seksualitas dan Kualitas Komunikasi Orang Tua - Anak dengan Perilaku Seksual Pranikah. *Jurnal Ilmiah Berkala Psikologi*, 37.
- Anderson, K. E. (2016). Getting Acquainted With Social Networks and Apps. *Instagram on Attitude Towards Brand and Brand Image to Costumer Purchase Intention*.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Bruns, I. (2018). ‘Perceived Authenticity’ and ‘Trust’ in Social Media driven Influencer Marketing and their influence on intentions-to-buy of 18-24-year-olds in Ireland. *Business Administration*, 32.
- Budyatna, M., & Ganiem, L. M. (2011). *Teori Komunikasi Antarpribadi* (Edisi Pertama). Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, B. (2011). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Castells, M. (2013). *Communication Power*. Oxford University Press.

- Creswell, J. W. (2010). *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. PT. Pustaka Pelajar.
- Darmawan D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st Ed). Remaja Rosdakarya.
- DeVito, J. A. (2011). *Komunikasi Antarmanusia*. Karisma Publishing.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT. Citra Aditya Bakti.
- Elli, D. M. (2017). The Phenomenon and Rise of Influencer Marketing and How it Affect Costumer Opinion and Helps or Damages Brands. *E-Business and Digital Marketing*.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, attitude, intention and behavior : An introduction to theory and research. *MA : Addison - Wesley*.
- Foong, L. S., & Yazdanifard, R. (2014). Celebrity Endorsement as a Marketing Tool. *Global Journal of Management and Business Research : E Marketing.*, 14(4), 37–40.
- Ghozali, L. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, M. M., Suminar, D. R., Hendriani, W., Alfian, I. N., & Hartini, N. (2008). *Psikologi Keluarga*. Unit Penelitian dan Publikasi Fakultas Psikologi Universitas Airlangga.
- Helmi, A. F., & Paramastri, I. (1998). Efektivitas Pendidikan Seksual Dini dalam Meningkatkan Pengetahuan Perilaku Seksual Sehat. *Jurnal Psikologi*, 30.
- Hidayat, D. (2012). *Komunikasi Antarpribadi dan Medianya*. Graha Ilmu.
- Iritanti, & Herlina. (2012). *Buku Ajar Psikologi untuk Mahasiswa Kebidanan*. EGC.
- Jogiyanto. (2008). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi.
- Kerlinger. (2008). *Rancangan Penelitian*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kusnendi. (2017). *Handout Statistika Penelitian dan Analisis Data dalam Penelitian Non-Eksperimen Model Regresi Persamaan Tunggal*.
- Liliweri, A. (1991). *Komunikasi Antarpribadi*. Citra Aditya Bakti.
- Martin, E. (1992). *The Woman in the Body. A Cultural Analysis of Reproduction*. Beacon Press.

- Mubarak, W. I. (2011). *Promosi Kesehatan*. Graha Ilmu.
- Muhammad, A. (2011). *Komunikasi Organisasi*. Bumi Aksara.
- Muhammad, H. (2011). *Fiqih Seksualitas : Risalah Islam untuk Pemenuhan Hak - Hak Seksualitas*. Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia.
- Mulyana, D. (2010). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, H. (1991). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Gajah Mada University Press.
- Nurhandayani, A., Syarif, R., & Najib, M. (2019). The Impact of Social Media Influencer And Brand Images to Purchase Intention. *Journal of Applied Management* , 17(4).
- Rohmana, Y. (2010). *Ekonometrika: Teori dan Aplikasi dan Eviews* . Laboratorium Pendidikan Ekonomi dan Koperasi FPEB UPI.
- Schifter, D. E., & Ajzen, I. (1985). Intention, perceived control, and weight loss: An application of the theory of planned behavior. *Journal of Personality and Social Psychology* , 49(3), 843–851.
- Singgih Santoso, & Tjiptono. (2001). *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Elex Media Komputindo .
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V., & Endrayanto, P. (2012). *Statistika Untuk Penilaian*. Graha Ilmu.
- Suranto, A. W. (2010). *Komunikasi Sosial Budaya*. Graha Ilmu.
- Suranto, A. W. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Graha Ilmu.
- Widjaja, H. A. Q. (2000). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Gramedia.
- Widjaja, H. A. W. (2008). *Komunikasi : Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Bumi Aksara.
- Winarno, W. W. (2015). *Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Eviews: Vol. Cetakan Pertama (Edisi Keempat)*. UPP STIM YKPN.